



ЮРИДИЧЕСКАЯ И ВОЕННАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Звездина Г. П., Приймак Е. Н.

Ценностная оценка современными призывниками основных категорий бытия

Обоснована актуальность изучения ценностно-смысловой сферы современных призывников. Показаны особенности социализации современной молодежи, живущей в условиях глобальной трансформации общества. Представлены результаты эмпирического изучения отношения призывников к основным категориям бытия, службе в вооруженных силах, осознания молодыми людьми ценностных оснований воинской деятельности и ее роли в современном мире. Выделены и описаны особенности ценностного отношения призывников к таким категориям, как патриотизм, мужество, долг, имеющим непосредственное отношение к воинской службе.

Ключевые слова: трансформация, молодежь, ценностно-смысловая сфера, военнослужащие, особенности призывников, СМИ, социализация, оценка, категории бытия, патриотизм, мужество, долг, прошлое, настоящее, будущее.

В условиях трансформаций и глубинных изменений современного глобального мира осознание молодости как особого бытийного феномена становится необходимым. Проектирование будущего цивилизации, определение вектора развития культуры и научно-технического прогресса актуализирует необходимость изучения молодежи как субъекта мирового развития.

В любую историческую эпоху молодежи приходится нелегко в силу неопределенности ее социального положения. Сегодняшние молодые россияне поставлены в особые условия. Переход к информационному обществу привел к изменению образа жизни и картины мира, переворот в социально-экономическом укладе – к кризису ценностного сознания и переосмыслению своего места в обществе.

«Человек сегодня живет в качественно новом пространстве открытых границ, находится под воздействием огромного прессинга информации, что определяет глубинные изменения его восприятия, сознания, мышления, потребностно-мотивационной и эмоционально-волевой сфер, жизненных ритмов, пространства деятельности, душевных переживаний, этических и ценностных аспектов бытия, а также появление новых потребностей и новых возможностей их реализации» [6].

Молодежь всегда наиболее чутко реагирует на все изменения, причем ее ценностные ориентации отличаются неустойчивостью и весьма подвержены воздействию случайных факторов. В настоящее время изучением ценностных ориентаций молодежи занимаются многие психологи и социологи (Е. И. Головаха,



Е. М. Дубовская, Н. А. Кириллова, И. А. Кудрявцев, Н. М. Лебедева, Т. А. Перевозная, О. Ф. Семенова, О. А. Тихомандрицкая, С. С. Бубнова, Л. Ф. Шестопалова), но несмотря на это, в современной психологической науке ценностные ориентации формирующейся личности остаются важной и мало изученной проблемой.

Важным шагом в изучении ценностных ориентаций явилась постановка проблемы *сформированности* ценностных ориентаций. К этой проблеме обращались А. И. Донцов, В. А. Ядов, М. Рокич, Л. М. Смирнов, Ш. Шварц, У. Билски, Б. И. Додонов, Э. Шпрангер, Е. И. Головаха. Среди групп молодежи наиболее представлены в исследованиях ученых старшие школьники и студенты (Б. С. Алишев, Б. С. Братусь, О. Г. Дробницкий, А. Г. Здравомыслов, М. С. Каган, В. П. Тугаринов и др.). Изучению смысловой сферы молодежи также уделено немало внимания: чаще всего эти исследования посвящаются выявлению возрастной динамики смыслообразующей активности (И. В. Абакумова, И. Г. Жукова, С. В. Качуровская и др.).

Проведенный анализ существующих на сегодня исследований ценностно-смысловой сферы молодежи в разных социальных группах показал, что в современной отечественной психологии явно существует дефицит работ по изучению ценностно-смысловой сферы военнослужащих. В связи с этим особый интерес представляет проблема изучения отношения призывников в целом к жизни и основным ее категориям, к службе в вооруженных силах, осознание молодыми людьми ценностных оснований воинской деятельности и ее роли в современном мире.

Современная армия, как и другие сферы российского общества, претерпевает большие изменения. Стремительность темпов реформирования Вооруженных Сил не позволяет новому облику армии адекватно отразиться в сознании военнослужащих: офицера, солдата, новобранца, что серьезно сказывается на его деятельности и отношении к армии.

Понимание целей и задач воинской службы закладывается у будущих воинов в школе и, прежде всего, на уроках допризывной подготовки юношей, а отношение к армии больше формируется через СМИ. Несение воинской службы сопряжено с использованием оружия, боевой техники и вооруженным насилием по отношению к врагу, в соответствии с этим подлинным воином является тот, который выработал у себя не только мужество, настойчивость, выносливость, но также глубокие навыки и умения мастерски использовать технику и вооружение, современные информационные технологии.

Современная армия требует определенной психологической и социальной готовности призывающегося в армию юноши. С одной стороны, призывник – это юноша 18–23 лет, который, согласно канонам возрастной психологии, отличается стремлением к самопознанию своей личности, к оценке ее возможностей и способностей, отличается некоторой противоречивостью и максимализмом. По мнению ученых, юношеский возраст сензитивен для формирования ценностно-смысловых ориентаций как устойчивого свойства личности, способствующего становлению мировоззрения. В этом возрасте большинство людей включаются в процесс трудовой деятельности. По мнению американских психологов П. Массена,



Дж. Конгера, Дж. Кагана и Дж. Гивитца, в этом возрасте большинство людей имеют дело с выбором карьеры и супруга, намечают жизненные цели и начинают их осуществлять[7].

А с другой стороны, современный призывник – это человек, родившийся на рубеже веков, во время глобальной трансформации социальных ценностей и возрастания роли информационных агентов социализации. «Сегодня, формируется многоканальная система социализации молодежи. В ней процесс освоения ценностей и норм общества происходит совсем не так, как это было характерно для традиционного общества с его межпоколенческой преемственностью и иерархичностью, строгой ролевой структурой, распределявшейся между агентами социализации. В качестве основных агентов социализации можно выделить семью, школу и другие учебные заведения, группы сверстников, профессиональные группы, но необходимо учитывать, что современное общество – общество, в котором информационная революция перевернула многие представления о мире, обществе, людях, воспитании, молодежи, ее роли в социуме. Рост влияния СМИ как агента социализации стал основным симптомом процесса социализации во всем мире» [4].

Таким образом, особенности современной молодежи определяются ее промежуточным социальным положением, психологическими характеристиками данного возрастного периода, типом общественного устройства, культурой и свойственными данному обществу закономерностями социализации, несовпадением различных видов зрелости – физической, умственной, сексуальной, гражданской и трудовой. Именно на этом этапе возрастного развития новообразованием является достижение идентичности. Социально-психологическое содержание этого периода жизни определяется той ситуацией множественных социальных выборов, в которой оказывается молодой человек.

С целью изучения особенностей ценностно-смысловой сферы юношей, призванных в ряды вооруженных сил, нами было проведено эмпирическое исследование. В исследовании приняли участие юноши в возрасте от 18 до 24 лет, призванные в ряды российской армии в количестве 121 человека. Средний возраст испытуемых составил 20,7 год. По образовательному цензу испытуемых можно разделить на следующие группы: юноши, имеющие среднее образование (21,9 %); юноши с неполным средним образованием (3,1 %); среднее специальное образование имеют 28,1 %; среднее профессиональное образование (ПТУ) – 9,3 %, неоконченное высшее – 9,3 % и законченное высшее образование – 28,1 %.

С помощью методики «Ценностный спектр» было проведено исследование группы новобранцев, молодых людей от 18 до 24 лет. Эта методика относится к категории репертуарных решеток с заданными конструктами, в роли которых выступают предельные бытийные ценности из списка А. Маслоу. Данная методика, по словам Д. А. Леонтьева, обеспечивает «более непосредственный доступ к смысловой сфере по сравнению с традиционно используемым семантическим дифференциалом...» [3].



Ответы испытуемых на «Ценностный спектр» отражают характеристики респондентами различных объектов по наличию (отсутствию) у них тех или иных ценностей. Методика позволяет анализировать результаты по нескольким критериям (количество ценностей, присущих каждому из оцениваемых объектов; частота выбора той или иной ценности для характеристики объектов; качественный анализ специфики оценивания объектов, особенно наиболее интересных для нашего исследования, таких, как «жизнь», «смерть», «настоящее», «прошлое», «будущее», «патриотизм», «мужество», «долг» и др.).

Остановимся более подробно на полученных результатах. Так, категории «жизнь» новобранцы приписывают такие характеристики (ценности), как добро (12,5 %), смысл (15,6 %), совершенство (15,6 %), полнота (6,2 %), истина (6,2 %) и ценности, набравшие по одному выбору: красота, легкость, необходимость, простота, уникальность, целостность.

Категория «труд» имеет меньший ценностный разброс и большее единодушие в выборах. Так, наибольшее количество выборов соответствует диаде труд-необходимость (37,5 %), жизненность (18,8 %), порядок (12,5 %), самодостаточность (12,5 %), совершенство (9,3 %).

Категория «любовь» имеет наибольшую плотность при определении ценностей. Больше половины респондентов определяют любовь как красоту (31,2 %) и единство противоположностей (28,1 %), и далее по нисходящей: добро (12,5 %), смысл (9,3 %) простота, совершенство, справедливость, уникальность, целостность.

Категория «смерти» в большей степени связана с завершенностью (37,5 %), по 9,3 % единство противоположностей и легкость, остальные не более 5 %: жизненность, истина, красота, простота, совершенство, уникальность.

В отношении смерти можно выделить респондентов, которые связывают ее с истиной, уникальностью, совершенством, красотой. На наш взгляд, в этом просматривается действие механизма идеализации отношения к жизни и смерти, придание смерти романтического отношения. Это выступает в некотором смысле маркером ценности жизни и не критического отношения к факту смерти.

Категория «человек» в большей степени отражает такие ценности, как уникальность (25 %), добро (18,7 %), единство противоположностей (15,6 %), совершенство (9,3 %), жизненность (9,3 %), по 6,3 % самодостаточность, полнота, простота, справедливость, целостность (3,1 %). Человек в большей мере понимается молодыми людьми как единство противоположностей, нежели как целостность самодостаточности, что, возможно, связано с возрастными особенностями испытуемых.

Интересные результаты получены по категории «патриотизм». Данную категорию юноши связывают с 13 ценностями из 18 представленных, при том, что ни одна из обозначенных ценностей не вошла в группу приоритетных в данной группе. Патриотизм связан с истиной (9,3 %), порядком (9,3 %), смыслом (6,3 %), целостностью (3,1 %), уникальностью (6,3 %), совершенством (3,1 %), жизненностью (3,1 %), полнотой (6,3 %) и такими ценностями, как легкость (6,3 %), единство противоположностей (6,3 %), простота (3,1 %), необходимость (3,1 %). В данной



группе респондентов нет единства в восприятии и понимании такой категории, как патриотизм.

Результаты оценки «мужества» имеют меньший разброс в ценностях. Наибольшее предпочтение отдано диаде мужество-уникальность (15,6 %). Возможно, респонденты рассматривают данную категорию как редко встречающуюся в современной жизни и поэтому придают ей статус уникальности. Также мужество связывается с совершенством (9,3 %), красотой (9,3 %), по 6,3% получили справедливость, целостность, самодостаточность, и по 3,1% – жизненность, добро и необходимость.

Что касается «долга», то наибольшее предпочтение отдано необходимости (15,6 %), самодостаточности (12,5 %), справедливости (12,5 %), полноте (9,3 %), порядку (9,3 %). Смысл, совершенство, добро получили единичные выборы.

Таким образом, по категориям «патриотизм», «мужество», «долг», которые особенно актуализируются у юношей на этапе службы в Армии, в данной выборке наблюдается большой ценностный разброс. По данным результатам можно сделать вывод, что категория патриотизм наименее осмысленна современными юношами и меньше всего ценностью определена.

Исследователь А. И. Суббото отмечает, что, исходя из социальной природы ценностей, они обозначают те «значимости», которые выражают отношение выживаемости человека и среды обитания человека: общества, народа, нации, государства, природы.

«Каждое общество несет в себе «долженствование, обращенное к будущему», в форме «общественного идеала». «Общественный идеал» – это не только образ лучшего социального устройства, но и одновременно ценностная модель будущего (которая, как правило, описывается такими социальными ценностями, как «справедливость», «взаимопомощь», «свобода», «равенство», «гармоничное развитие», «духовность» и т. п.). В этом контексте «идеал» всегда входит в «ценностный генофонд» нации, народа, этноса, локальной цивилизации. Если проанализировать историю России как развитие евразийской цивилизации, то можно определить ценностный архетип русской культуры и культур других народов России, в которых высоким приоритетом обладали ценности Родины – отечества, родимой земли («матери-сироты земля», «родимая сторонка», «здесь русский дух – здесь Русью пахнет»), подвига (подвижничества), служения (народу, стране, государству), общности, коллективизма (клич Александр Невского «За други своя»), соборности, братства, взаимопомощи, дружбы, любви, семьи, почитания родителей и предков, социальной справедливости, равенства, правды, труда [5].

Результаты исследования свидетельствуют о том, что патриотизм, который связывается у молодых людей с простотой, легкостью и необходимостью, стоит на одной линии со справедливостью, совершенством, целостностью, истиной. У молодых людей нет четкого осознания патриотизма как ценности Родины, недостаточно сформирован общественный идеал, который сегодня и недостаточно четко представлен на уровне государства и общества.



Конец XX в. в России ознаменовался ростом негативного отношения к Вооруженным Силам, падением престижа военной службы. Большую роль в формировании негативного имиджа армии сыграли средства информации. В виду того, что ценностный мир современного молодого человека в большей степени характеризуется медиатизацией, молодые люди отличаются большей готовностью к восприятию инородных норм и ценностей, некритичному восприятию информации [2].

Отношение общества, СМИ к Вооруженным Силам во многом определяет морально-психологическое состояние военнослужащих, а значит, и боеготовность войск, эффективность решения поставленных перед ними задач, а также отношения к ней подрастающего поколения.

Если обратиться к анализу приоритетов школьного образования, то можно отметить, что на значимость патриотизма, формирование любви к Родине как направление школьного образования и воспитания, указывают лишь 6–7 % выпускников, студентов и родителей. Среди учителей данный критерий важен для 16 % респондентов.

Все эти данные свидетельствуют об отсутствии системности и целенаправленности в воспитании гражданственности и патриотичности современного подрастающего поколения.

Интересные результаты получены по оценке категории «взросление», отражающие положение молодежи в современном обществе. Наибольшее количество выборов отдано диаде: взросление-жизненность (18,8 %), затем по нисходящей: взросление-истина (12,5 %), взросление-совершенство (9,3 %), красота (6,3 %), порядок (6,3 %), целостность (6,3 %), необходимость (6,3 %), полнота (3,1 %), справедливость (3,1 %). Треть респондентов вообще не дали оценку категории «взросление». По мнению Д. И. Фельдштейна, в современном мире не фиксируется, атрибутивно не обозначается процесс взросления, общественная ценность растущего человека, отсутствуют «специальные ритуалы поэтапной фиксации взросления и, наконец, принятия во взрослое общество. Сегодня в нашем обществе, с одной стороны, сняты многие «табу»; с другой – отсутствует доверие к растущим людям, «вывод» их за пределы узко детских дел и забот» [6].

Таким образом, с одной стороны, мы наблюдаем большой ценностный разброс, с другой – противоречивые требования общества к молодежи затрудняют процесс ее вхождения во взрослую жизнь.

Оценка таких категорий жизни, как прошлое, настоящее и будущее, имеет свои особенности в исследуемой группе респондентов. Прошлое и настоящее связывают с 13 бытийными ценностями, будущее – с 10. В отношении прошлого равное количество выборов получили следующие диады: прошлое-завершенность (12,5 %), прошлое-легкость (12,5 %), прошлое-простота (12,5 %). Остальные ценности: единство противоположностей, жизненность, полнота, необходимость, самодостаточность, смысл, справедливость, уникальность, целостность, получили единичные выборы.



В отношении настоящего приоритет отдан порядку (15,6 %), затем следует легкость (9,3 %), смысл (9,3 %), и по 6,3 % отданы истине, красоте, полноте, самодостаточности, целостности, единичные выборы получили уникальность, справедливость, добро, единство противоположностей, жизненность.

В отношении будущего у молодых людей больше единодушия. Со смыслом связывают свое будущее 21,8 % респондентов, с жизненностью, совершенством и легкостью – по 9,3 %, единичные выборы получили завершенность, истина, красота, необходимость, полнота самодостаточность, справедливость.

Смысл жизни в психологии понимается как один из центральных мотивов, или даже комплекс мотивов, который побуждает нас к определенным действиям и целям. «Человек, направленный на поиск смысла в своих действиях, в состоянии строить перспективу будущего, конструировать и сравнивать разные варианты поведения, ставить и достигать цели, искать и находить смысл своих действий и своей жизни. Он направлен в будущее и способен делать свой выбор» [3].

Понятие смысла у Ф. Е. Василюка также тесно связано с временной перспективой. Он отмечает, что, хотя смысл и «вне-временен» сам по себе, он воплощается во временной форме, как «смысловое будущее» [там же, с. 129]. Очевидно, что смысл не может существовать вне контекста личностного развития, перспективы, будущего, которое Ф. Е. Василюк образно называет «домом» смысла. По его словам, «смысловое будущее» является отражением отношения смысла к реальному, к действительности [1].

Будущее невозможно представить без осмысленности. Образ будущего – это категория, в которой воплощается результат осмысления бытия, и только с помощью образов будущего возможно придание смысла всей социальной реальности.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о существовании значимых различий в оценке призывниками нескольких из выделенных категорий:

- жизнь: смысл, совершенство, добро;
- смерть: завершенность; единство противоположностей, легкость;
- человек: уникальность, добро, единство противоположностей;
- прошлое: завершенность, легкость, простота;
- настоящее: порядок, легкость, смысл;
- будущее: смысл, жизненность, легкость;
- патриотизм: истина, порядок, смысл, легкость.

Современные юноши, с одной стороны, ориентируются на смысл и значение основных бытийных категорий, с другой стороны, почти каждая категория содержит легкость. Возможно акцент на легкости, с одной стороны, может свидетельствовать об ориентации молодых людей на комфорт, необременительность условий воинской службы, говорить о несформированной личной ответственности, а с другой – на понимание того, что современная армия высокотехнологическая, а современный воин – это, прежде всего, оператор, управляющий современной боевой техникой.

Подводя итог проведенному исследованию можно констатировать, что у современных призывников, испытавших на себе влияние информационных агентов



многоканальной социализации, достаточно размытое общее ценностное поле. Наибольший ценностный разброс наблюдается по отношению к категориям патриотизм, мужество, прошлое, настоящее играющих важную роль в осознании роли военнотружущего и понимании ценностных оснований воинской деятельности.

Литература

1. *Василюк Ф. Е.* Психология переживания (анализ преодоления критических ситуаций). – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 200 с.
2. *Звездина Г. П., Приймак Е. В.* Служба в армии в системе ценностных ориентаций юношей призывного возраста // Российский психологический журнал. – 2013. – Т. 10. – № 2. – С. 32–40.
3. *Леонтьев Д. А.* Новые горизонты проблемы смысла в психологии // сб. Проблема смысла в науках о человеке (к 100-летию Виктора Франкла). Материалы международной конференции (Москва, 19–21 мая 2005 г.) / под редакцией Д. А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2005. – 280 с.
4. *Попов А. В.* СМИ как агент социализации российской молодежи в информационном обществе: автореф. дис. ... канд. социол. наук. – Ростов-на-Дону, 2009.
5. *Субетто А. И.* Ценности в системе общественного интеллекта. «Ценностная война» и защита ценностной самоидентификации российской цивилизации // «Академия Тринитаризма». – М., 2003. – С. 5.
6. *Фельдштейн Д. И.* Современное Детство: проблемы и пути их решения // Вестник практической психологии образования. – 2009. – № 2(19).
7. *Mussen P., Conger J., Kagan J., Geiwitz J.* Psychological development: A Life Span Approach. – URL: psihologiya/162/index.html?page=25